

La force des formes. Vidéo et télévision

René Payant

Volume 22, numéro 3, hiver 1986

La littérature et les médias

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/036903ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/036903ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0014-2085 (imprimé)

1492-1405 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Payant, R. (1986). La force des formes. Vidéo et télévision. *Études françaises*, 22(3), 83–99. <https://doi.org/10.7202/036903ar>

La force des formes. Vidéo et télévision

RENÉ PAYANT

L'automne 1986 aura été marqué d'un coup d'éclat télévisuel : *Lance et compte*, réalisé par Jean-Claude Lord et diffusé le mardi soir sur les ondes de Radio-Canada. Dès les premières émissions cette télésérie a conquis un public considérable. En treize semaines, elle aura réussi à mobiliser hebdomadairement plus de deux millions de spectateurs, rejoignant ainsi les hauts sommets des cotes d'écoute atteints par exemple après plusieurs années par *le Temps d'une paix*. Le succès de *Lance et compte* a été instantané, fulgurant, et la télésérie est rapidement devenue *the talk of the town*. Contre cet enthousiasme généralisé, quelques voix se sont élevées pour s'opposer au contenu de l'émission et réclamer une censure. L'opposition concernait principalement l'usage répété de jurons et les scènes d'amour jugées crues et surtout trop fréquentes. Quelques minutes ont alors été coupées ici et là dans certaines émissions (d'ailleurs différemment dans les versions française et anglaise, comme quoi les tabous culturels marquent des spécificités irréductibles). Radio-Canada a sans aucun doute fait preuve de trop de mollesse en souscrivant, même d'une façon minime, à la pression des opposants qui révélait la persistance d'un puritanisme teinté de bigoterie. L'argument majeur des opposants était l'horaire de diffusion : *prime time* où est visé le plus vaste public possible (enfants compris!). Ce petit accrochage deviendra vite une simple anecdote absorbée par le succès exceptionnel de la série.

Lance et compte a cependant soulevé aussi d'abondantes discussions sur une autre question qui, elle, mérite qu'on s'y attarde plus

sérieusement car elle apparaît au croisement des problèmes de sémantique, d'esthétique et d'éthique : la téléserie met-elle en représentation la *vérité* quant au milieu du hockey ? Et comme corollaire à cette première question, celle-ci : si oui, puisque l'image apparaît souvent négative, est-il *bon* de diffuser masse-médiatiquement un tel contenu ? Le débat s'est principalement limité à cette perspective, rejoignant alors un débat, celui-là survenu à la suite de l'imprévu succès de presse et de box-office du film *le Déclin de l'empire américain* de Denys Arcand (montée en flèche vertigineuse qui a commencé à Cannes à partir du 1^{er} prix gagné durant la prestigieuse Quinzaine des réalisateurs). Question généralisée : sommes-nous *vraiment* tels que le film nous représente ? Autrement dit, l'image est-elle juste dans sa fonction représentative ? Les réponses fusent et s'entrechoquent ; mais qu'elles viennent de spécialistes (sociologues, féministes, etc.) ou de l'opinion publique, elles ratent cependant l'élément principalement en cause et rendent ainsi le débat trivial. En ignorant la question esthétique, c'est-à-dire en faisant l'économie du travail de *fiction* et de *formation* en jeu dans ces productions, les commentaires les soumettent à une évaluation dont les critères sont impertinents car ils limitent les œuvres à une dimension illustrative qui ne correspond ni à leur visée ni à leur logique. Si une fonction critique s'exerce quant au contenu référentiel proposé, elle ne s'exerce que par voie indirecte et à partir d'opérations de symbolisation et non pas selon la formule du reportage (comme dans le journalisme d'opinion) ou du documentaire (comme dans le journalisme d'enquête qui vise à révéler des situations, voire à les dénoncer). La question est donc celle du statut du référent dans les œuvres de création.

AMBIGUÏTÉ ET COMPLEXITÉ DU RÉFÉRENT

Après une période intensive, parfois même jusqu'à l'obsession, de déconstruction du récit et de la représentation, d'opacification du signifiant des divers systèmes d'expression, d'une autoréférentialité mettant en scène la spécificité des systèmes et des médias, le retour du « contenu référentiel », c'est-à-dire d'un certain degré de figuration, n'est pas à comprendre comme la représentation directe et univoque de la « réalité ». Ce serait renouer ainsi avec une idéologie de la photographie qui répond à une demande de réalisme en stabilisant un référent aisément reconnaissable dans son lexique et sa syntaxe, en alimentant la croyance qu'il y a du réel et qu'il est représentable¹. Faut-il rappeler qu'aujourd'hui même la science propose ses contenus (autrefois jugés comme des vérités objectives, ou du moins espérées telles) comme des *interprétations* résultant des outils et des méthodes employés ainsi que du

1. Sur la photographie comme paradigme de l'idéologie du réalisme, cf. Jean-François Lyotard, « Réponse à la question : qu'est-ce que le postmoderne ? », *Critique*, n° 419, avril 1982, p. 257-367.

niveau d'observation choisi. La figuration et les sens des objets décrits et analysés changent dès que des modifications sont apportées qui touchent les outils, les méthodes ou le point de vue². Contrairement au texte dont le signifiant établit d'emblée une distance avec le représenté, les arts de l'image entraînent cependant un autre type de réception car ils sont automatiquement évalués à partir de leur dimension iconique. Cette première lecture, qui pourtant ne concerne que le régime lexical, est rapidement déplacée et imposée à la narration qui tombe alors sous le coup de l'évaluation analogique. Autrement dit, les choses sont-elles et s'enchaînent-elles comme dans la «*vraie vie*»? Dès lors ce qui est évalué et soumis à la discussion est totalement retranché du système d'expression qui pourtant le *crée*, puis jugé selon le seul critère de la ressemblance (et même pas de la *vraisemblance* qui est, comme le disait déjà Aristote dans sa *Poétique*, le lieu même du poète en sa fonction expressive et persuasive³).

Le succès de *Lance et compte* n'est pas dû à la «vérité» qu'il dépeint ou à la révélation qu'il opère quant aux coulisses du sport national des Québécois, même si le contenu de la téléserie renvoie par ricochet à l'histoire de ce sport et à certaines de ses stars. Qu'un des auteurs soit un professionnel du journalisme sportif qui a versé au scénario des anecdotes puisées dans l'histoire des équipes ne change rien à la question principale, car c'est le *traitement* de cette matière première qui importe. Le traitement narratif mais aussi le traitement plastique. Comme nous le verrons, c'est d'ailleurs la nature du traitement plastique qui donne sa force à la narration. Notre hypothèse est la suivante : le succès de *Lance et compte* n'est pas dû à sa thématique la plus voyante, le hockey, mais à une chimie complexe qui articule cette thématique à des composantes plus déterminantes. On en donnera pour preuve le fait qu'une grande partie des spectateurs ne s'intéressent pas ou pas vraiment au hockey et qu'il n'est pas requis de connaître les règles du jeu pour comprendre l'histoire. Cela ne signifie pas que le hockey n'est qu'un accessoire de la trame narrative. Il importe dans le contenu général par le genre de situations qu'il permet de créer mais il est à considérer littéralement comme pré-texte. Le choix d'une telle thématique a sans aucun doute été bien pesé et on a certes misé sur

2 Voir, entre autres, Henri Atlan, *le Cristal et la fumée*, Paris, Seuil, 1979, et les formulations plus récentes des mêmes thèses dans *A tort et à raison*, Paris, Seuil, 1986

3 «De ce que nous avons dit, il ressort clairement que le rôle du poète est de dire non pas ce qui a lieu réellement, mais ce qui pourrait avoir lieu dans l'ordre du vraisemblable et du nécessaire. Car la différence entre le chroniqueur et le poète ne vient pas de ce que l'un s'exprime en vers et l'autre en prose [], mais la différence est que l'un dit ce qui a eu lieu, l'autre ce qui pourrait avoir lieu, c'est pour cette raison que la poésie est plus philosophique et plus noble que la chronique. La poésie traite plutôt du général, la chronique du particulier» (*la Poétique*, 51a36 sq. Traduction Roselyne Dupont-Roc et Jean Lallot, Paris, Seuil, 1980, p. 65)

sa valeur apéritive. Mais il ne suffit pas de capter le regard du spectateur, il faut ensuite alimenter son attention et soutenir son intérêt.

Dans le contexte homogène et majoritairement soporifique des téléromans, *Lance et compte* a d'abord l'avantage de présenter un milieu inédit qui sort les personnages de la cuisine où les confinent la paresse ou la carence imaginative et certaines conditions économiques de production. C'est là que pour certains, déjà, le bât blesse car la chambre des joueurs et la chambre à coucher entraînent une crudité de langage et une franchise d'action qui sont refusées non pas parce qu'on les découvre comme réalité insoupçonnée (quand même!), mais parce qu'on ne souffre pas que cela nous soit montré. Et principalement que cela soit montré dans ce contexte, c'est-à-dire dans la grille horaire des téléromans⁴. À la limite, un tel contenu, on le tolère dans des films. Étant donné l'heure de diffusion, on brandit la présence des enfants parmi les spectateurs (enfants qui servent toujours de boucs émissaires à ceux qui n'avouent pas leur puritanisme et leur pudibonderie). La chambre des joueurs et la chambre à coucher exposent trop de corps qui suent, jurent, éclatent, s'affrontent, s'enlacent ou jouissent. Trop de corps, athlétiques et au demeurant fort séduisants, qui s'agitent sous la pression des tensions, des passions, des pulsions. Car justement il n'est pas question que de hockey dans cette histoire, mais bel et bien de la complexité des relations humaines, de l'ambiguïté des idéaux, des contradictions que recèlent les systèmes de valeurs, etc. Le milieu du hockey n'est alors en effet qu'un milieu où font relief des situations psychologiques et des interrogations socioculturelles. Un milieu qui met en évidence la variété des êtres et leur instabilité. On a surtout reproché aux personnages leurs débordements langagiers et leurs changements fréquents de partenaires. Au lieu de lire en ces manifestations le tragique de la réalité essentielle et existentielle des individus, et l'éclatement d'une conception du sujet monolithique et fixe, on n'y a vu que dépravation. C'est là le signe d'une bien courte vue et d'une explicite étroitesse d'esprit.

DÉCENTRAGES ET INCOMPATIBILITÉS

La promotion publicitaire de *Lance et compte* a été faite à partir de Pierre Lambert, le personnage principal de l'histoire. Mais le défilé des émissions montre cependant que Marc Gagnon n'est pas un personnage secondaire mais en quelque sorte l'*alter ego* de Lambert et, à la fois, son opposant. D'ailleurs, même s'il reste effectivement le personnage principal, Lambert n'est pas le personnage qui détermine tout dans l'histoire comme, par exemple, l'imposante Rosanna Saint-Cyr dans *le Temps d'une paix*. Au contraire, dans *Lance et compte*, le récit

4. Le but de ce commentaire n'étant pas l'analyse poussée de cette télé-série ou de sa réception, je me contente de glaner sans indication de référence dans l'ensemble des observations publiées ou orales.

progresses par un déplacement constant du relief dramatique, par une modulation des instances de la diégèse qui décentre et recentre sans cesse le récit, tout en déplaçant constamment le point d'intérêt. Il s'agit de la succession de microsituations et de microrécits qui, d'enchaînements en circonvolutions, présentent les hésitations et les circulations des sujets pour en *indéfinir* la construction et en varier l'impact afin que l'arrêt sur (l'image d') une identité stable reste problématique. Le centrage et la focalisation éclatent en une suite de propositions narratives qui fragmentent l'unité générale et multiplient les histoires. Les variations dans la modalisation contribuent aussi à augmenter les opérations de prédication et à confronter les motifs qui se rassemblent plus ou moins en séquences distinctes et bien délimitées. La polarisation qui caractérise le récit traditionnel et permet de dégager le système de valeurs que gère le texte est ici remplacée par des déplacements permanents qui empêchent la possibilité d'une homologation certaine des situations. Cette dynamique du récit (*des* histoires) s'incarne dans la nature et le fonctionnement des personnages. L'instabilité des positions (un joueur peut être retourné à son équipe junior, rappelé, échangé...), les déplacements géographiques, la diversité des adversaires, le conflit entre les exigences professionnelles et la vie privée, entre les ambitions et la réalité, les revirements de situations, les changements d'enjeux, de valeurs, l'ambiguïté des gratifications narcissiques, les mensonges stratégiques entraînent une circulation des corps et une modification des états psychologiques qui placent chaque être au sein d'un nomadisme généralisé, et inquiet, où la dynamique des affinités et des frictions oblige à des réajustements fréquents et inventifs. On doit souligner ici comment les situations dramatiques sont souvent apaisées, mais toujours temporairement, par l'invention humoristique (par exemple le strip-tease, les cadeaux de Noël, les visages maquillés de noir, etc.). L'humour vient suspendre les tensions et témoigne de la mobilité et de la versatilité des personnages qui ne sont pas figés dans des rôles.

Un microrécit pourrait être pris comme la figure emblématique de toute la série : la boutique de produits artisanaux que met sur pied la mère d'origine russe de Pierre Lambert. Fondée sur la rencontre de diverses communautés ethniques, cette boutique est un projet qui a tôt avorté, car l'idéal a été rapidement confronté au principe de réalité (économique). Symboliquement il signifie l'impossibilité du lieu de coexistence harmonieuse des cultures différentes (voir la réaction de certains membres lors de la dissolution du groupe). On doit souligner la multiethnicité, et partant le multiculturalisme, qui caractérise la composition de cette panoplie de personnages. Les contraintes de la coproduction l'ont certes imposée mais le récit, au lieu de la souffrir, a su l'intégrer narrativement, mais aussi symboliquement car elle représente les difficultés de la coprésence d'individus, de la création d'une communauté, de la socialité même. Au lieu de proposer une

harmonie idéale et idéalisée, *Lance et compte* met en scène les tensions, les incompatibilités qui entraînent diverses confrontations : erreurs d'interprétation, jugements emportés, machisme, racisme... où les modalités du *être-ensemble* sont nécessairement à inventer et variables.

On a dit de *Lance et compte* que son succès est en grande partie dû au fait que la télé-série a été produite à la manière d'un film, avec un budget qui a permis d'abondants tournages extérieurs et qui a par conséquent permis de sortir des espaces statiques et répétitifs de la grande majorité des téléromans. Je crois que cela n'est que la moitié de l'explication. La production filmique n'entraîne pas automatiquement les qualités que l'on retrouve dans *Lance et compte*. Ces qualités ressortissent plutôt à la stylistique choisie qu'à des effets nécessairement inhérents à la nature du médium. Quoique ceux-ci ne sont pas non plus à négliger. Par exemple, les scènes de hockey n'auraient pas été possibles telles quelles en studio. La mobilité de la caméra et la traversée de toute la patinoire ont permis des plans inouïs, des séquences captivantes, qui le sont justement parce qu'ils ou elles ne ressemblent pas à ceux et celles que présente habituellement la Soirée du hockey. Ces plans et séquences impliquent un point de vue «anormal», artificiel, puisque la caméra n'est plus limitée à la périphérie de la patinoire et aux vues en plongée à partir des passerelles. Elle est sur la glace même, suivant s'il le faut les joueurs eux-mêmes dans une proximité que ne permettent pas les meilleurs zooms. Autrement dit, le tournage n'est pas contraint par la réalité de la partie en cours. Il n'a pas à diffuser une partie qui se déroule, qui est imprévisible et qui nécessite non seulement une dextérité des caméramen mais aussi l'intelligence de l'aiguilleur. Au contraire, le tournage est ici scénarisé, c'est-à-dire accompli selon une partie construite de segments que l'on a préparés en vue de la production de certains effets parmi lesquels il faut compter l'effet de réel. Renversant la logique de la diffusion en direct d'une partie, le tournage de fiction invente une partie qui donne à la caméra le rôle principal, qui lui permet de suivre les joueurs sur leur terrain, selon les principes de la prise de vue objective ou subjective. Autrement dit, la matière thématique et la nature des actions sont préparées et traitées en vue de la production d'un certain type d'images et d'un certain type de séquences. Bref, plutôt que d'une représentation au sens strict, il s'agit d'une *fabrication de la référence*. Comme l'a pertinemment souligné Catherine Kerbrat-Orecchioni, tout texte «réfère» de manière variable, c'est-à-dire renvoie à un monde (préconstruit, ou construit par le texte lui-même⁵). Entre le signifié et le référent, insiste-t-elle, la relation est d'absolue solidarité. L'effet de

5. Catherine Kerbrat-Orecchioni, «Le texte littéraire : non-référence, auto-référence, ou référence fictionnelle», *Texte*, n° 1, 1982, p. 27-49. Dans *Lance et compte*, la fabrication de la référence est même thématisée au sein de l'histoire par les journalistes qui diffusent différentes *versions* des événements ou des opinions dont le spectateur a été aussi témoin. D'autre part, le statut fictionnel de la référence

réel du référent fictionnel est par conséquent à verser à la dimension tropique du texte (le *paraître* discursif et l'*être* discursif sont alors en décalage) et non seulement à lire du point de vue topique (sémantique des lieux, au sens aristotélicien). Donc, fabrication de la référence dont la *dynamique* habille ici la thématique d'atouts irrésistibles. C'est pourquoi je disais plus haut que la dimension filmique n'est que la moitié de la cause du succès : la conception filmique qui caractérise *Lance et compte* emprunte sa dynamique à la rhétorique de la vidéo, et plus spécifiquement à l'esprit des vidéoclips.

ÉLOGE DU VIDÉOCLIP

Il ne fait nul doute qu'une analyse du phénomène des vidéoclips ne peut faire l'économie de l'idéologie qu'ils servent et alimentent au sein du système capitaliste en excitant à la consommation. D'autre part, le commentaire sociopolitique ne rend pas nécessairement justice à toutes les composantes du vidéoclip, principalement à la nature et au fonctionnement des images qu'il déverse devant le spectateur. Le vidéoclip tire sa force d'attraction et ses effets captivants de la façon d'*être* des images et de leur façon d'*être-ensemble*. Le vidéoclip exploite et expérimente toutes les possibilités offertes par les nouvelles technologies : des différents truqueurs d'images à l'image de synthèse et à l'image numérique. On l'a dit et répété : la simulation y a préséance sur le simulacre⁶. Cela concerne la logique de l'image, mais il y a aussi sa plastique et son organisation syntaxique. Les consommateurs de vidéoclips s'ouvrent à des expériences inédites d'espaces et de temps. Leurs attentes et leurs intérêts rendent insipides les autres productions visuelles qui ignorent les avantages des nouvelles technologies. Il est permis de penser que le vidéoclip a modifié le regard et les habitudes de réception des images. Plusieurs productions visuelles s'hybrident aujourd'hui de ses formes et de sa stylistique.

Il est de bon ton dans le milieu de la « vidéo d'art » de dédaigner le vidéoclip. L'histoire de la vidéo n'est pas monolithique⁷ et il est important d'en souligner les ambiguïtés et les contradictions. La vidéo d'art⁸ est certes internationalement diffusée, mais dans un réseau

devient paradoxal lorsque les noms des équipes adverses sont puisés dans la Ligue nationale de hockey, ou encore lorsque les commentateurs sportifs sont ceux de la Soirée du hockey. Il faut justement voir dans ce mélange un travail rhétorique pour accentuer l'effet de réel.

6 Voir Jean Baudrillard, *Simulacres et simulation*, Paris, Galilée, 1981, et Philippe Quéau, *Éloge de la simulation*, Seyssel, Éditions du Champ Vallon, 1986.

7 Voir l'histoire de la vidéo de neuf pays différents dans *Vidéo*, sous la direction de René Payant, Montréal, Artexes, 1986. Cet ouvrage contient aussi les actes du colloque organisé par Vidéo 84 sur la description de la vidéo.

8 Celle que promeut par exemple Jean-Paul Fargier (*Où va la vidéo ?*, numéro hors série des *Cahiers du cinéma*, Éditions de l'Étoile, 1986) et Dominique Belloir (*Vidéo Art Explorations*, numéro hors série des *Cahiers du cinéma*, Éditions de l'Étoile, 1981).

extrêmement étroit dont, par exemple, les festivals sont une importante composante. Le discours de spécialistes s'y installe, les mots de la tribu augmentent. La viabilité des productions, qui par ailleurs entraînent des coûts de réalisation de plus en plus élevés, ne pourra être assurée qu'avec la télédiffusion. Une telle solution ne va pas sans problèmes car la production vidéographique s'est largement développée (et avec raison) en regard d'une critique, souvent radicale, de la télévision. La communauté du médium ne saurait réduire les confrontations idéologiques. Toutefois, la vidéo n'a pas attendu la vidéo d'art pour s'insérer dans le contenu des images télévisuelles. Nous touchons là encore à un paradoxe : l'utilisation, débridée et inventive, de la vidéo et des nouvelles images s'est massivement développée dans les ouvertures et clôtures d'émissions (avec, cependant, les contraintes du générique qui doit transmettre des informations syndicalement contrôlées), dans différents *jingles* et, surtout, dans la publicité. Autrement dit, en marge, dans les interstices de la programmation. À la télévision, l'image publicitaire est incontestablement la plus imaginative, la plus audacieuse, dans ses thèmes mais principalement dans sa stylistique. Les bonnes trouvailles ne tardent pas à être reprises par d'autres commanditaires, rivaux ou pas. Qu'il suffise de penser aux emprunts faits à l'annonce de Pepsi («Le goût avant tout») où le liquide promu traverse l'écran à l'horizontal et est associé à divers motifs (flèches, etc.). D'autre part, il faut souligner aussi dans cette même publicité, la rapidité de l'enchaînement des images, l'hétérogénéité de ces mêmes images et l'ingéniosité des raccords qui font glisser l'image dans un hors-champ convoqué, non pour sa participation à une quelconque narration, mais pour les échos formels, chromatiques, qu'il permet d'établir au-delà de l'iconographie. La courte séquence publicitaire enchaîne ainsi une série de *flashes* visuels en accélérant la succession des images. Dès lors, l'image vaut davantage des points de vue thématique et formel que comme composante d'une narration. Autrement dit, la dimension *idéographique* a préséance sur la diégèse. Que cette stylistique soit au service d'une rhétorique «pervers» qui vise à construire un consommateur, nous ne l'ignorons pas et nous n'y souscrivons pas, mais il reste néanmoins que, à travers cet appel à la consommation, un nouveau type d'images compose une partie de notre panorama visuel, une partie qui augmente progressivement, dont on n'a pas encore bien évalué les effets sur la tradition des images et sur les habitudes de réception, et qu'il est de mauvaise foi de ranger automatiquement dans la catégorie *gadget* technologique. Il n'est pas extravagant de reconnaître ici l'impact généré par la diffusion et la consommation massive des vidéoclips. Il ne serait pas insensé de croire que le vidéoclip constitue le paradigme actuel de bon nombre d'images (pas seulement télévisuelles).

En observant récemment le fonctionnement de la télévision américaine, Jean Baudrillard soulignait la fréquence des messages

publicitaires qui interrompent brutalement la diffusion des émissions. Il voit là le signe de la pauvreté esthétique des programmes qui continuent à être construits à partir des concepts traditionnels de la télévision et selon l'idéologie «réaliste» du cinéma. Il est en effet étonnant de constater que la télévision intègre d'une manière rarissime les nouvelles technologies de l'image dans la production de ce qui constitue le corps de la programmation. On s'attendrait logiquement à trouver les expérimentations de ce genre dans les émissions pour enfants ou encore dans les émissions de variétés (la réception des enfants étant moins contrainte et plus imaginative et le music-hall étant friand d'extravagances visuelles). Nenni ; et le petit ronron imagique continue sans que la magie des nouvelles images soit intelligemment utilisée pour secouer les esprits et bouleverser l'apathie du regard qui résulte du défilé sans relief des images.

HYBRIDATION VS RETENUE

Cependant, pointent ici et là quelques cas qui rompent cette monotonie généralisée. Ils ne sont pas sans défauts mais méritent d'être soulignés pour leur audace. Je verserais à ce dossier des expérimentations et des innovations le *Défi mondial* réalisé par Daniel Bertolino et Daniel Creuzot (diffusé l'an dernier sur les ondes de Radio-Canada), qui est une version visuelle du célèbre essai de Jean-Jacques Servan-Schreiber. Je ne m'arrêterai pas ici sur le contenu de ces cinq émissions d'une heure chacune, mais plutôt sur le traitement de l'image qu'elles ont présenté aux spectateurs. Disposant des appareils sophistiqués du Studio Perry de Morin Heights, les «traiteurs» s'en sont donné à cœur joie. Souvent excessivement⁹ car les possibilités techniques semblent parfois avoir été utilisées pour elles-mêmes plutôt qu'en accord avec la logique du produit à construire. C'est d'ailleurs la logique du produit qui est ici en cause, car le *Défi mondial* n'appelait pas d'emblée un tel traitement. Maquiller un produit traditionnel de nouvelle technologie n'est pas sans effet, par exemple sans effet de modernité (ou de postmodernité, comme on voudra), mais l'usage des techniques de pointe ne saurait à lui seul assurer la qualité du produit.

Les produits Via le Monde ont tourné pendant plusieurs années dans divers pays le matériel qui allait étoffer visuellement le texte dit par Peter Ustinov. Restait à trouver la forme visuelle qui permettrait d'utiliser le maximum des informations recueillies (dimension quantitative) et aussi de les utiliser au maximum (dimension qualitative). On a donc exploité l'usage des images dans l'image : image globale divisée en damier, incrustation de médaillons, etc. Puis on a utilisé le rétrécissement ou l'expansion des plans, le basculement, le virevoltement, le pivotement, le rabattement vertical et horizontal, etc.

9. Surtout dans les premières heures. Par la suite, l'usage s'est modéré et apparut mieux justifié.

De telle sorte que l'image ne fut que rarement homogène et plutôt morcelée en représentations de divers lieux et temps. La cohésion et la cohérence de l'ensemble étaient assurées par la priorité accordée au commentaire verbal, même si l'image du commentateur subissait elle aussi des manipulations qui le douaient d'une étonnante capacité d'ubiquité. La mixité des lieux et des temps, l'accélération des transitions, l'hétérogénéité de l'iconographie, les ruptures abruptes de contenu, ce sont là quelques traits de composition fréquemment utilisés dans la production vidéoclipique. L'abondance des images, leur succession effrénée, leur métamorphose constante fondent une bonne part de la fascination qu'elle exerce et du vertige qu'elle produit.

Une telle stylistique est-elle pertinente au genre documentaire auquel ressortit vraisemblablement *le Défi mondial*? Peut-elle appartenir à la rhétorique du documentaire pour assurer d'une certaine réception de ses informations (objectives)? N'entraîne-t-elle pas une réception qui trivialise le contenu par ses allures *d'entertainment* visuel? Il est prématuré de répondre à de telles questions, étant donné la brièveté de nos analyses, mais nous pouvons, à partir d'elles, en formuler d'autres. Quels sont les enjeux (sémantiques, esthétiques, éthiques) de l'hybridation qui déstabilise les traits définissant les genres? Quels en sont les effets (sémantiques, esthétiques, éthiques)? S'agit-il d'une uniformisation qui banalise les contenus, d'une homologation que détermine un paradigme dominant par sa valeur symbolique, ou d'une dramatisation qui révèle que toute transmission d'informations glisse aisément du régime de la propagation à celui de la propagande? Quoi qu'il en soit, les prouesses visuelles du *Défi mondial* bouleversent certainement les critères habituels du genre documentaire qui, normalement, dénie les processus d'énonciation à la faveur d'un contenu présenté comme «réel», «objectif», «vrai». *Le Défi mondial* court-circuite une telle prétention. On connaît les pressions exercées sur le genre (voir ses antécédents dans l'idéalisme du cinéma-vérité et dans l'utopie du cinéma-œil de Vertov) par le documentaire-fiction qui «invente» au niveau de la matière pour transmettre un «contenu de vérité». (Ce serait peut-être là un des effets du *Déclin de l'empire américain* dont le référent a soulevé le débat qu'on a dit). Mais *le Défi mondial* va plus loin, en s'attaquant aux formes mêmes du genre, au risque de le faire éclater ou de le subsumer sous une catégorie qui est son opposé idéologique, le divertissement. La diversité des moyens visuels n'est pas nécessairement productrice de diversion; elle peut rendre justice aux contenus qu'elle élabore.

Durant l'été 1986, Radio-Canada a diffusé pendant une douzaine de semaines l'émission *Télé-clip* préparée par l'ACPAV en collaboration avec l'ONF. Une demi-heure de vidéoclips, réalisés par de jeunes vidéastes en herbe ou amateurs et présentés sous forme de concours. Tous les participants ont eu à se soumettre à un certain nombre de contraintes : quelques jours de tournage avec le matériel fourni par les

organismes qui supervisent le concours, un temps limité et plutôt court pour le montage, les frais afférents aux déplacements, accessoires, costumes, maquillage à la charge des équipes et, surtout, une chanson québécoise, choisie au hasard, que doit «servir» le vidéoclip. L'imagination y trouverait son compte si l'on souscrit à l'opinion qui veut que les contraintes et la pénurie des moyens excitent l'invention. Dans la majorité des cas, on doit reconnaître que les vidéastes n'ont pas manqué de génie. Pendant toute la série, on a vu défiler des vidéoclips qui attestent de leur savoir du genre, qui empruntent à ses temps forts et à certains de ses lieux communs, mais qui cherchent aussi à éviter les sentiers trop battus en faisant preuve d'invention, en prenant des libertés qui démontrent que le genre n'est pas nécessairement sclérosé en un répertoire de formules. Cependant, cette série prometteuse a vite tourné à la catastrophe à cause des membres du jury qui, chaque semaine, commentaient les productions et distribuaient des points afin de déterminer un lauréat¹⁰. Pourtant spécialistes de l'image, du film et de la vidéo, ils ont fait preuve d'une alarmante étroitesse d'esprit et d'un anachronisme décevant. Un vote populaire aurait révélé que la *doxa* quant au genre est bien plus ouverte, et bien plus au fait. Je ne chicane pas ici le choix du gagnant, mais je regrette le contenu des commentaires reconduits semaine après semaine.

Le reproche principal, sur lequel se greffaient de petites remarques (quelquefois désobligeantes) de même acabit, concernait l'absence de narration, le non-respect du thème et la non-motivation des images. Les «Je n'ai rien compris», «Je ne comprends pas ce que ça donne, ce que ça veut dire», «La narration n'est pas respectée», «Il n'y a pas de suite logique», «On ne comprend pas l'histoire», «C'est mal tourné, mal éclairé», etc., ont été repris tout au long de la série, et sont vite devenus un leitmotiv qui pesait comme une plainte lancinante dans les commentaires des trois juges. Une telle demande de réalisme inquiète. Comme d'aucuns l'ont déjà remarqué, la production vidéo-graphique en général s'est lentement déplacée de la trame au drame, de la déconstruction des images à la construction de récits-fictions. Mais ce n'est pas pour produire de petits films, car la vidéo narre à sa manière, avec la nature spécifique de ses images. Que le vidéo-clip se transforme, qu'il ne se cantonne pas dans la stylistique de ses premières versions, cela est aussi évident. Mais qu'il doive être réglé par une demande de réalisme descriptif et narratif, cela devient symptomatique et commande qu'il retienne les élans qui l'ont fondé. D'autre part, on est en droit de se demander comment l'image peut être «fidèle» à des chansons dont le contenu narratif est souvent incertain, voire improbable, dont les motifs sont instables et parfois

10. Le jury était composé de Marc Carpentier, Anne Dandurand et André Gagnon.

nombreux, et dans lesquelles on peut dire, à juste titre, que c'est la musique qui importe.

RETOUR AU VIDÉO(CLIP)

La musique importe justement dans l'image vidéoclipnique ses exigences. Le choix des images et des enchaînements est absolument déterminé en vue d'elle, pour lui donner d'autres dimensions, pour en déplacer et en amplifier les effets. En quelque sorte, le vidéoclip reste de l'ordre de la *mimésis*, mais ce qu'il imite c'est la dynamique de la musique elle-même. La composition des images doit lui ressembler, l'exacerber, sans qu'elles doivent nécessairement puiser leur iconographie dans le texte de la chanson. Le jeu des associations y trouve un terrain propice à son expansion. C'est pourquoi, par exemple, le dernier vidéoclip de Michel Lemieux (aussi réalisé au Studio Perry) a des affinités avec les images électroniquement composées de Miguel Raymond, les images désynchronisées de Louis-Paul Lemieux, ou les étranges narrations de Monty Cantsin, c'est-à-dire avec la vidéo pratiquée par des artistes, vidéo que les membres du jury de *Télé-clip* paraissent abhorrer et qu'ils regrettent voir teinter la production vidéoclipnique.

Le vidéoclip ne vise pas la représentation d'une chanson, mais la promotion d'un disque; c'est pourquoi il s'élabore à partir de la musique, en élevant, pourrait-on dire, sa rythmique à une seconde puissance. Dans le vidéoclip, les images ne valent pas pour elles-mêmes; le vidéoclip c'est de la rythmique au carré où la pulsion scopique est branchée sur la musique. Cela rend le vidéoclip contagieux car il invite le spectateur-auditeur à une réception qui n'isole pas un sens en atrophiant ou anesthésiant les autres. Le vidéoclip articule l'œil à l'oreille, à une oreille qui est sollicitée non par les effets du Logos mais plutôt par les charmes du son lui-même. Le corps ainsi convoqué n'est pas seulement un réceptacle passif. Il n'est pas rare de le voir s'ébranler, *danser*, en symbiose avec la musique qu'il entend, avec le rythme qui le pénètre, et le *transforme*.

On sait, au moins depuis les observations d'Aristote, combien la musique est un art privilégié à cause de son immatérialité. Elle ne s'avance pas vers le corps comme un objet qu'il confronte mais le traverse tout entier. Autrement dit, la musique unit le corps à son environnement, le fait intimement communiquer avec l'atmosphère qui l'entoure. Question de milieu, d'ambiance. Les Romantiques ont cherché à marquer leur production de ses effets: *ut pictura musica*. D'autre part, on sait combien la danse est aussi un art qui donne au corps toute son expressivité. Le danseur nietzschéen nous rappelle que dans la danse le corps, libéré des contraintes et de la logique du Logos, renoue avec la dimension dionysiaque que l'histoire a en lui progressivement ankylosée. Ce serait donc injustement évaluer le

vidéoclip que de ne pas prendre en considération sa composante musicale. Comme production audiovisuelle, le vidéoclip semble ainsi renverser le rapport habituel qui existe entre le son et l'image. Dans le passage du cinéma muet au parlant, le son (voix, bruits et musique) est ajouté comme un complément qui vient parfaire le réalisme. La musique peut ne pas jouer descriptivement mais elle participe à la rhétorique de l'expression, en accord avec le contenu des images et de l'histoire racontée. Le cinéma postmoderne (par exemple, les derniers films de Snow, ceux de Duras, de Ruiz) problématise cette relation «classique» du son à l'image, alors que le cinéma de la modernité avait concentré son interrogation sur l'image. Dans le vidéoclip, parce que la musique est première, c'est l'image qui s'accorde au son.

Nous avons suggéré plus haut que le succès de *Lance et compte* était dû, en partie du moins, au fait qu'il soit tourné comme un film marqué par l'esthétique du vidéoclip. En donnant à la musique un rôle important, *Lance et compte* joue une carte irrésistible. La trame musicale n'en est pas un accessoire, ou un ornement comme dans *Miami Vice* (c'est-à-dire aussi superficielle que les beaux atours des héros aux allures de mannequins), mais un des éléments qui président à la nature des images et à la rythmique de leurs divers enchaînements¹¹. Dès l'ouverture du générique, c'est sur un enthousiasme «Go, Go, Go!» que les images se succèdent à toute vitesse, au rythme d'une musique trépidante. L'amorce est réussie, le spectateur est ainsi engagé dans la frénésie qui caractérise par la suite les joueurs, et dans le tourbillon des histoires qui se dérouleront en boucles et entrelacs inattendus. La dernière demi-heure de la dernière émission est aussi de ce point de vue exemplaire. Elle condense quatre parties éliminatoires qui mènent, en prolongation (notez au passage: l'étirement du temps, le retardement du terme espéré, le suspense produit, et le gain de jouissance procuré par le contenu donné en supplément), les joueurs à la victoire. Les fragments de parties sont entrecoupés de scènes qui concernent davantage la vie privée des joueurs, des scènes aux effets dramatiques étudiés avec soin et qui deviennent paradigmatiques de toutes les histoires que le récit a communiquées principalement sous le mode de la syncope. Donc des scènes qui entraînent des ruptures de ton, des modalisations hétérogènes et le décentrage des actions et des personnages, tout en maintenant la captation émotive du spectateur. Cela est incontestablement vidéoclipique...

L'IMAGE SANS FIN

Si on a ici abondamment insisté sur le vidéoclip, c'est d'abord parce qu'il semble aujourd'hui une référence incontournable, mais

11. Il semble que la version française de la bande-son a été modifiée parce que le texte des chansons était le plus souvent en anglais.

aussi parce que sa stylistique et ses images explicitement fabriquées, artificielles, propose au spectateur un nouveau régime d'images qui ne sont plus à évaluer pour leur conformité au «réel». Mais c'est encore parce que cette stylistique colore maintenant d'autres types de production (télévisuelle, filmique, picturale, théâtrale, voire romanesque). Qu'on se rappelle simplement ici l'artificialité séduisante du fascinant *Diva* de Jean-Jacques Beinex où une intrigue policière, menée à la manière des plus classiques films de gangsters, était articulée à une histoire d'amour fondée sur une passion pour une voix qui résistait à sa diffusion masse-médiatique. Le vidéoclip, ce n'est pas l'image de la réalité mais la réalité de l'image. De l'image accordée à la musique, motivée par elle. Autrement dit, une image qui se forme du temps, dans le temps. Plutôt que de distinguer et d'opposer les arts de l'espace et ceux du temps, comme l'a suggéré Lessing dans son *Laocoon*, le vidéoclip permet leur réunion inédite.

Si la musique a trouvé dans la vidéo un partenaire chéri, c'est que l'image vidéographique c'est déjà du temps. Nam June Paik insiste depuis longtemps: la vidéo ce n'est pas de l'espace mais du temps. De son côté, le vidéaste Hervé Nisic dit que «fixer» le monde en vidéo, cela veut dire *faire vibrer*. Faire vibrer le monde en images mais aussi faire vibrer le spectateur. L'image vidéographique n'est en réalité qu'une *presque-image*; une construction continue (*Gestaltung* plus que *Gestalt*) qui demande un effort perceptif. La raison nous dit que la forme est dans les objets, et que leur configuration est reproductible, mais un sentiment vague nous dit qu'ils sont colorés et ainsi aussi fuyants et insaisissables que la forme du corps hystérique. L'image vidéographique bouleverse l'histoire et la logique de la représentation. Devant elle, les yeux sont exposés à des milliards de micro-changements d'intensité lumineuse, à la vibration constante de la texture tramée, à une luminosité qui émerge de l'intérieur du tube cathodique de telle sorte que les pulsations, enregistrées par l'appareil physiologique et psychique, ne suscitent plus tout à fait le réflexe habituel de reconnaissance des formes¹². Comme un flot de forces plus que de formes, le flux des informations visuelles traverse l'appareil perceptif sans nécessairement subir une fixation *schématique* occasionnée par les réflexes habituels de reconnaissance. L'identité globale de l'objet laisse place à une série de micro-identifications, locales et instables. Ainsi, l'information ne se mesure sans doute plus, ou pas toute, sémantiquement mais affectivement, ... pragmatiquement.

12. Pour un développement plus détaillé des effets de la composition matérielle de l'image vidéographique, René Payant, «La frénésie de l'image. Vers une esthétique selon la vidéo», *Revue d'esthétique*, «Vidéo-vidéo», n° 10, nouvelle série, 1986, p. 17 à 23.

Paul Virilio dit que nous assistons aujourd'hui à la *crise de l'entier*, c'est-à-dire à la crise d'un espace substantiel, homogène, définissable, hérité de la géométrie grecque, au profit d'un espace accidenté, hétérogène, où les parties redeviennent essentielles¹³. Atomisation, désintégration des figures, des repères visibles qui favorisent toutes les migrations, toutes les transfigurations. L'image vidéographique est par nature fragmentaire, fractale. Elle est toujours improbable, indécidable, car elle est toujours déjà d'autres images. L'image vidéographique est dès lors marquée de défaillance car le flot des points lumineux fait glisser une image dans l'autre. Dans le déferlement des points lumineux, il n'y a pas défilé d'images (comme dans la suite des photogrammes qui composent la bande filmique) mais formation-disparition d'images. Parce que c'est là le *temps* qui est, l'image y est à la fois en défaut et en excès¹⁴. L'image vidéographique serait donc du côté du phantasme. Autre dispositif pour l'énergie libidinale. Puisque l'image reste fragile, au seuil des identifications, souvent un peu «famélique», l'énergie présentée n'est pas solidement ancrée, mais plutôt flottante, créant ainsi un certain attrait pour le regard car l'image reste animée de la fébrilité de la matière électronique. Écriture débridée du monde, *vidéomorphose* plus que vidéographie, la vidéo bouleverse ainsi la traditionnelle logique de la représentation et donne une idée de la formation des images mentales telles que les décrit aujourd'hui la nouvelle neurobiologie¹⁵. Autrement dit, l'image vidéographique serait une bonne approximation de l'image mentale. Pour comprendre la nature de la communication qui s'y produit, il faudrait, comme le suggère depuis longtemps Michel Serres, fréquenter à nouveau Épicure, et prendre en compte l'impact des technologies nouvelles.

Il n'est pas question de souscrire inconditionnellement à la technoculture ou de prétendre que la technologie est la réponse à la crise des valeurs qui assuraient jusqu'à maintenant la société. L'ordinateur ne change pas automatiquement l'ordinaire. La *ratio* technologique a fait suffisamment de ravages pour inquiéter. Reste que les «nouvelles images» transforment notre rapport au temps, à l'espace et aux objets. Lyotard a défini la condition postmoderne par la perte des grands récits de légitimation, de leurs contenus mais aussi de leur

13 Le *Telejournal* de Radio-Canada exploite l'usage du médaillon donnant ainsi à lire simultanément deux images. Il arrive même que le médaillon, qui s'offre comme une fenêtre ouverte sur un autre monde (celui dont on parle dans la première image), empiète sur l'épaule du lecteur de nouvelles, créant un étrange paradoxe spatial. Une variable récente de la télécommande permet au spectateur d'insérer en médaillon une deuxième émission et de déplacer l'image incrustée selon le centre d'intérêt de la première image, la permutation des deux images est aussi possible. Illusion de réception interactive¹.

14 Gilles Deleuze, *L'Image temps*, Paris Minuit, 1985. Ce qu'il dit à la fin du *présent* cinématographique est ici applicable.

15 Jean-Pierre Changeux, *L'Homme neuronal*, Paris, Fayard, «Pluriel», 1983.

structure Il n'a pas dit par la disparition du récit Le récit est toujours fabuleux La «narration» en images vidéographiques, ou dans certains films¹⁶, pourrait sans doute nous aider à entrevoir de nouvelles modalités de l'*être-ensemble* et un nouveau statut des liaisons, pour définir de nouvelles formes de socialité «Articulation de particularités», comme le disait déjà Marx, cohésion fragile et instable qui ne présente pas les formes assurées d'une construction, d'un organisme, d'une totalité homogènes La frénésie et le poudroïement de l'image vidéographique en donnerait une idée L'image vidéographique ne vaut cependant pas comme modèle, mais comme une possibilité qui, établissant des lieux de confluences avec d'autres systèmes iconiques, crée des interférences et des turbulences qui ébranlent les fondements des topographies que nous ont léguées la logique traditionnelle de la représentation et la loi des genres

16 René Payant, «Le postmodernisme selon le cinéma», dans *Cinema et postmodernisme*, sous la direction de Michel Larouche, Montréal, Guernica (à paraître)



Photo Kira Perov, Chott-el-Djend, Tunisie, mai 1979